

Frequenzalarm im Badstudio, Teil 3

Abverkauf von Ausstellungsware

Halten Sie Ihr Badstudio gezielt auf Erfolgskurs und bauen Sie Ihren Marktvorsprung dauerhaft aus. Ein elementarer Baustein dafür ist eine zielgerichtete und konsequente Werbung. Nachfolgend erhalten Sie dazu einige praktische Anregungen sowie Tipps zum Abverkauf von veralteten Badkojen.

Wenn Sie feststellen sollten, dass die klare Konzentration auf das Thema Badverkauf in Ihrem Unternehmen bislang fehlt, braucht Ihr Badsektor dringend einen Schub hin zur Professionalisierung. Denn die Ursache für den ausbleibenden Erfolg – trotz der übermäßigen Anstrengungen des gesamten Teams – ist oft die fehlende Konzentration auf die professionelle Vermarktung des Bäderstudios.

Erfolgsrezept Fitness-Studio

Zu einer dieser Todsünden zählt die unprofessionelle Werbung in unserer Branche. Damit der Traum vom eigenen Badstudio nicht schnell zum

Albtraum wird, brauchen wir professionelles Handeln in allen relevanten Bereichen. Die zielgerichtete und konsequente Werbung ist einer der elementaren Bausteine zum Baderfolg. Dazu gehört die Bereitschaft andere Wege zu gehen und den Blick für Neues zu öffnen. Denken Sie doch nur an die Witzfigur des Betrunkenen, der sich an der Litfasssäule entlang tastet, immer mehr in Panik gerät und schließlich ausruft: „Hilfe, ich bin eingemauert!“ Wie leicht kann dem Manne geholfen werden. Durch eine einfache Änderung des Blickwinkels.

Haben Sie schon einmal in Ihrem Leben in einem Fitness-Studio trainiert? Falls ja, dann wissen Sie, dass nicht die ersten acht oder zehn Wiederholungen den Erfolg bringen, sondern es ist die letzte Wiederholung, die allerletzte Anstrengung. Wer es schafft, eine einzige Wiederholung mehr zu machen, als er glaubt zu schaffen, der erzielt ein spürbares Ergebnis. Wer dagegen immer nur bis zu dem Punkt geht, an dem es weh tut, wird zwar auch eine Verbesserung erzielen – aber eben eine bescheidene. Es geht eben darum, über seine gewohnten Grenzen hinaus zu gehen, es geht darum, ein „bisschen“ besser zu sein.

Aufmerksamkeitsstarkes Werbeschild bzw. Aufkleber zum Abverkauf



Beispiel für ein Anzeigenmotiv zum Abverkauf von Ausstellungsware

Acht Tipps zum Abverkauf

Haben Sie Probleme mit dem Abverkauf von veralteten Badkojen aus Ihrer Ausstellung? Ihre Ausstellung „ergraut“ und die Trends im Bad gehen spurlos an Ihrer Ausstellung vorbei? Dann wird es Zeit, aktiv zu werden, bevor Ihre Kunden und Interessenten den Eindruck bekommen, dass Ihre Ausstellung einem Museum gleicht. Musterbad-Abverkaufs-Aktionen sollten Sie in Ihrer Ausstellung regelmäßig und systematisch durchführen. Sicher haben Sie schon die Erfahrung gemacht, dass Einmalaktionen in ihrer Wirkung verpuffen. Deshalb sollten Sie gezielt ein „rundes“ Abverkaufs-Paket schnüren, das folgende Bestandteile enthält:

1. Anzeigen-Vorlagen:

Lassen Sie sich von Ihrer Werbeagentur ein Standard-Anzeigen-Layout erstellen, das Sie problemlos immer wieder selbst verändern können. Damit lässt sich eine Abverkaufs-Aktion je-

derzeit starten, ohne dass Sie Ihre Werbeagentur einschalten müssen.

2. Deckenanhänger:

Mit einem auffälligen Deckenanhänger können Sie jederzeit deutlich auf die Abverkaufs-Aktion in der jeweiligen Koje hinweisen.

3. Schaufenster-Außenaufkleber:

Damit Passanten auf Ihre Abverkaufs-Aktion aufmerksam werden, sollten Sie die Schaufenster-Außenaufkleber besonders deutlich hervorheben und an exponierter Stelle anbringen (z.B. direkt neben dem Eingang).

4. Florpost:

Nutzen Sie Ihre ausgehende Geschäfts-post (z. B. Rechnungen), um per Florpost besonders kostengünstig auf Ihr Abverkaufs-Angebot hinzuweisen.

5. Eigene Mitarbeiter einbinden:

Binden Sie auch Ihre Mitarbeiter in den Abverkauf ein. Setzen Sie einige

Frequenzpaket Badstudio

Das clevere „HaZweiOh-Frequenzpaket Badstudio“ (inkl. CD-ROM) können Sie hier exklusiv zum SBZ/bav-Sonderpreis von 195 Euro + MwSt. bestellen. Das Frequenzpaket Badstudio beinhaltet:

- Übersichtliche A4-Arbeits-Mappe mit Tipps und Ideen für die Durchführung von:
 - Schausonntag/Tag der offenen Tür/Aktionstage/Messen/Gewerbeschau
 - Frequenz-Werbung allgemein für Badstudios
 - Aktionen für den Abverkauf (Ausstellungsware)
 - Veranstaltung „Heizungsmodernisierung“ und „Wellness-Event“
- Auf CD-ROM erhalten Sie über 50 fertige Werbevorlagen:
 - Anzeigenvorlagen/Einladungskarten
 - Türanhänger/Aufsteller/Werbeschild
 - Brief-Vorlagen, Tipps und Vorlagen zur Mitarbeiter-Info
 - Checkliste zur Durchführung der Aktionen

Bestellung:
www.hazweioh.com
 Tel. 0821 3494407



Ausstellungsbad-Angebot für Ihre Freunde und Bekannten

Liebe Mitarbeiter/innen,

bald benötigen wir wieder Platz für unsere neuesten Messemodelle in unserer Badausstellung. Zahlreiche Ausstellungsbäder müssen deshalb raus. Natürlich gibt es dabei Sonderkonditionen. Vielleicht ist dies ein interessanter Tipp für Ihre Freunde, Verwandten und Bekannten.

Nutzen Sie Ihren Bekanntenkreis und sprechen Sie über unsere Abverkaufs-Aktion. Laden Sie interessierte Personen doch einfach in unsere Badausstellung ein.

Wenn Ihr Kontakt zum Verkauf eines Badezimmers oder einzelner Ausstellungsstücke führt, erwartet Sie eine interessante Sachprämie.

Mit kollegialem Gruß

Aktennotiz an eigene Mitarbeiter

Ausstellungsbad-Angebot für unsere Geschäftsfreunde

Sehr geehrte...,

Freundschaften sind wie alte Dächer: man muss sie ständig pflegen, damit sie halten. Deshalb bieten wir den Freunden unseres Unternehmens ein spezielles Angebot.

Wir benötigen in unserem Badstudio Platz für die neuesten Messemodelle und räumen deshalb einen Teil unserer Design-Ausstellungsbäder. Diese verkaufen wir zu ganz besonders attraktiven Konditionen. Ganz klar, dass wir deshalb an erster Stelle an unsere Geschäftsfreunde gedacht haben. Natürlich ist diese Aktion auch ein besonders guter Tipp für die Mitarbeiter Ihres Unternehmens.

Es wäre schön, wenn Sie unseren Brief am schwarzen Brett anbringen, oder eine Mitarbeiter-Info daraus machen.

Besonders wichtig: Das Ausstellungsbad-Angebot gilt für Sie und Ihre Mitarbeiter bis zum XXX. Bis zu diesem Zeitpunkt haben wir die Ausstellungsbäder für unsere Freunde und deren Mitarbeiter und Bekannte reserviert. Erst danach gehen wir offiziell in die Werbung. Wir können davon ausgehen, dass die begehrten Design-Modelle dann allerdings sehr schnell vergriffen sein werden.

Wir freuen uns, wenn wir Ihnen mit unserem speziellen Freundschafts-Angebot einen kleinen Gefallen tun können.

Mit freundlichem Gruß

PS. Unsere Öffnungszeiten sind ...

Brieftext zur Information von Geschäftspartnern

interessante Sachprämien (keine Badprodukte etc.) als Belohnung für die Mitarbeiter aus, die ein Ausstellungsbad an Bekannte, Freunde etc. verkaufen bzw. den Kontakt herstellen.

6. Geschäftspartner einbinden:

Auch Ihre Geschäftspartner können Ihre Abverkaufs-Aktion unterstützen, in dem sie ihre Mitarbeiter über Ihre Aktion informieren (z.B. Aushang am Schwarzen Brett). Besonders attraktiv wird Ihre Abverkaufs-Aktion für Ihre Geschäftspartner, wenn diese das erste „Zugriffsrecht“ auf die Aktion haben und Sie erst danach in die öffentliche Werbung gehen.

7. Abverkauf bei Bad-Aufträgen:

Bad-Kojen die älter als zwölf Monate sind, sollten Sie soweit möglich, immer in vorhandene Planungen integrieren bzw. dem Kunden mit anbieten. Zudem können Sie Ihren Mitarbeitern, die Bäder verkaufen, eine zusätzliche Fixprämie für den Abverkauf der Ausstellungsware anbieten.

8. Fixe Termine

Wenn Sie Bäder oder einzelne Teile abverkauft haben und diese sofort aus der Ausstellung entnehmen, sieht Ihr Badstudio permanent aus wie eine Baustelle. Deshalb der Tipp eines Kollegen: Er legt drei fixe Termine im Jahr fest, an denen die Ausstellungsware abgebaut werden darf. Die Käufer werden rechtzeitig informiert und können dann Ihre Badaufträge realisieren lassen. Oder die Kunden bauen die Artikel selbst ab und nehmen sie sofort mit – damit wären auch die Themen Demontage, Verpackung und Warenbeschaffenheit (Mängel) vom Tisch.



Unsere Autoren Ottmar Kuball und Werner Heimbach von HaZwei-Oh sind als Trainer und Berater in der SHK-Branche für clevere Marketing- und Verkaufs-Ideen bekannt. Sie haben das „Frequenzpaket Badstudio“

speziell für die Belange des SHK-Handwerks erstellt (www.hazweioh.de)